vinetur

Licores del Mono propone cócteles para ver el Mundial en casa

La marca sugiere tres combinados con ingredientes sencillos para acompañar los partidos

viernes 29 de mayo de 2026


MONO
MONO
VERBENA de LIMÓN
MONO

Licores del Mono ha presentado una propuesta para acompañar las reuniones en casa durante el Mundial de Fútbol 2026. La firma plantea convertir cada partido en una cita social con amigos, risas y brindis, y pone el foco en el ambiente que se genera alrededor de los encuentros, más allá de los 90 minutos de juego.

La marca, integrada en Anís del Mono, ha difundido esta idea este viernes, 29 de mayo de 2026, con una selección de tres licores pensados para distintos momentos de la velada. Verbena de Limón se presenta como una opción de arranque, con frescor y toque cítrico. Sarao de Hierbas se dirige a quienes prefieren un perfil más intenso y herbal. Antojo de Galletas queda reservado para el final, con un punto dulce pensado para prolongar la sobremesa después del partido.

La propuesta no se limita al consumo en copa. Licores del Mono sugiere también varias mezclas sencillas para preparar en casa con ingredientes habituales de la cocina. La primera es la Verbena de Paloma, un combinado que lleva un chorro de Verbena de Limón, una cucharadita de miel o azúcar, un chorrito de zumo de limón y una rodaja de pomelo. La marca recomienda agitarlo con hielo, servirlo en un vaso bajo con borde de sal y añadir una rodaja de fruta.

La segunda idea es una forma de servir Sarao de Hierbas directamente del congelador, en chupito helado, como brindis tras cada gol. La tercera receta es un Batido de Galleta y Cacao, elaborado con 30 ml de Antojo de Galleta, 50 ml de leche sin lactosa, 15 ml de jarabe de azúcar, 5 g de cacao en polvo y dos palas de hielo picado, unos 150 g. La preparación se bate durante 30 segundos a máxima potencia.

La comunicación de la marca insiste en que estas tardes y noches de fútbol suelen alargarse más allá del pitido final y que el plan puede completarse con vasos, grupo de amigos y una sobremesa larga. El mensaje comercial apela a la celebración compartida y a la idea de dar un toque de alegría a la reunión doméstica.

Anís del Mono fue fundada en 1870 por Vicente Bosch en su fábrica modernista de Badalona, que la compañía presenta como una joya del patrimonio histórico. La firma recuerda que lleva más de 150 años con su receta artesanal, destilada en alambiques de cobre del siglo XIX, y con su botella adiamantada como uno de sus rasgos más reconocibles.

La empresa añade que su colección de Licores del Mono nace para conectar con nuevas generaciones y para llevar el sabor de la marca a nuevos momentos de consumo social, sin abandonar la identidad que la convirtió en un símbolo cultural. Tanto Anís como Licores del Mono pertenecen al Grupo Osborne, compañía española con más de 250 años de trayectoria, que se presenta como una de las empresas familiares en activo más antiguas del mundo.

Osborne actúa como embajador de la gastronomía española a nivel internacional a través de marcas como Cinco Jotas, Caviar Riofrío, la ginebra Nordés, Bodegas Montecillo, Carlos I, Veterano, ron Burlanegra y los vinos de Jerez de Osborne, entre otras.